



Lancement produit alimentaire après travail en groupe

Par **Surcouf76**, le **30/11/2012 à 12:28**

Bonjour,

Je suis actuellement dans une Ecole Supérieure de Commerce.

Dans la matière "Etude de Marché", nous avons un projet en groupe de 5 personnes. Nous devons nous pencher sur l'étude de marché concernant un nouveau produit.

De ce fait, nous avons réalisé une étude documentaire externe sur le marché en général (ici, le marché du fromage) et ses canaux de distribution. Le professeur était beaucoup plus intéressé par la méthodologie utilisée que par le produit.

Concernant le produit même, nous avons simplement évoqué le concept en 3 lignes et réalisé un SWOT (forces/faiblesses/opportunités/menaces) du produit.

Nous avons donc rendu un dossier sur ce produit avec nos 5 noms écrits.

Seulement, avec une autre personne de ce groupe, nous souhaiterions aller plus en profondeur dans ce concept et réaliser réellement une étude de marché complète dans l'optique de lancer un jour le produit si la conjoncture est favorable.

Nous ne souhaitons être que tous les deux sur cette poursuite de projet.

Seulement, vu que le projet est "issu" d'un travail de groupe, pouvons nous poursuivre sans l'aval des autres? Y a t-il un risque si un jour, le produit marche, que les 3 autres personnes

nous attaquent? Si oui, que faire?

Merci par avance de toutes vos réponses

Cordialement,
Surcouf

Par **trichat**, le **02/12/2012** à **10:39**

Bonjour,

Sans vouloir être taquin, je pensais que ce type de question était abordé dans le cadre d'une formation en ESC, tant dans un cours de droit qu'en management entrepreneurial.

Bien évidemment, par définition, un travail de groupe appartient à l'ensemble des participants.

Toutefois, vous pouvez exploiter le concept à développer en vous limitant à deux participants, en prenant quelques précautions.

La première doit vous conduire à modifier ce concept, par une redéfinition en choisissant un nom commercial (marque) si cela n'a pas encore été fait, en spécifiant les cibles, le ou les types de produits à commercialiser.

La seconde doit vous conduire à effectuer les dépôts (marque, concept -y compris types d'emballages, important dans un produit alimentaire- à l'INPI. L'antériorité du dépôt vous donne un droit exclusif d'exploitation sur vos concurrents(peut-être vos camarades!). Mais si votre projet n'est pas encore suffisamment mûr, vous pouvez utiliser le principe de "l'enveloppe SOLEAU", peu coûteux et protecteur de l'antériorité. Le site de l'INPI vous donne toutes explications utiles.

Bonne chance et cordialement.